

**CITRA BOSHE VVIP CLUB DI KALANGAN MAHASISWA
FISIP UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**NOVERA ASTYA DEVI
08 09 03561 / KOMUNIKASI**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

2014

**CITRA BOSHE VVIP CLUB DI KALANGAN MAHASISWA
FISIP UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**NOVERA ASTYA DEVI
08 09 03561 / KOMUNIKASI**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

2014

**CITRA BOSHE VVIP CLUB DI KALANGAN MAHASISWA FISIP
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

NOVERA ASTYA DEVI

08 0903561 / KOMUNIKASI

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

CITRA BOSHE VVIP CLUB DI KALANGAN MAHASISWA FISIP

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

NOVERA ASTYA DEVI

No. Mhs : 08 09 03561 / KOM

Disetujui oleh :

Dr. G. Arum Yudarwati

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : CITRA BOSHE VVIP CLUB DI KALANGAN
MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA

Penyusun : Novera Astya Devi

NIM : 08 09 03561

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 26 April 2014

Pukul : 16.00-17.00

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. G. Arum Yudarwati

Penguji Utama

Ike devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Setyo Budi HH., M.Si

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Novera Astya Devi

Nomor Mahasiswa : 08 09 03561

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Citra Boshe VVIP CLUB di kalangan mahasiswa FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau kesarjanaaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 8 April 2014



Novera Astya Devi

NOVERA ASTYA DEVI

No. Mhs : 03561 / KOM

Citra Boshe VVIP CLUB di kalangan mahasiswa FISIP

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

ABSTRAKSI

Citra perusahaan merupakan hasil persepsi dari setiap individu yang terkait dengan keberadaan perusahaan tertentu. Begitu juga dengan tempat hiburan malam di Yogyakarta, masyarakat sudah mempunyai persepsi tersendiri berkaitan dengan keberadaan perusahaan tersebut. Persepsi yang muncul dari setiap individu ini sangat mungkin terjadi perbedaan, bahkan persepsi konsumen dari setiap tempat hiburan malam pun dapat berbeda. Perbedaan persepsi ini sangat mungkin terjadi karena memang ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses terbentuknya sebuah persepsi. Persepsi yang dimiliki konsumen laki-laki dan perempuan pun dapat menjadi berbeda berdasarkan faktor pembentuk persepsi seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, usia, pengalaman bahkan jenis pekerjaan. Sehingga dapat dilakukan perbandingan uji beda terhadap hasil persepsi yang dimiliki oleh konsumen laki-laki maupun perempuan.

Tempat hiburan malam harus mampu membentuk citra baik bagi perusahaan, sehingga mampu memberikan dampak baik pula bagi keberlangsungan perkembangan perusahaan. Aspek yang sebaiknya diperhatikan oleh tempat hiburan malam dalam upayanya membentuk citra baik adalah *behaviour*, *communications* dan *symbolism*. Setiap aspek pembentuk citra positif ini akan memberikan dampak masing-masing bagi perusahaan, namun jika dari setiap aspek ini dapat dijalankan beriringan dan saling menguatkan maka mampu memberikan hasil yang maksimal bagi perkembangan perusahaan itu sendiri. Sebagai tempat hiburan malam, citra baik sangat diperlukan karena dengan memiliki citra baik maka akan mempermudah pihak perusahaan dalam mengembangkan kualitas perusahaan sehingga dapat sejajar dengan kompetitornya. Terkait dengan aspek *behaviour*, *communications* dan *symbolism* yang telah dilakukan pihak perusahaan, didapatkan adanya persepsi yang cukup berbeda antara konsumen laki-laki dan perempuan. Perbedaan yang ada memang tidak terlalu jauh, namun cukup terlihat dalam hasil olah data yang telah dilakukan.

Kata Kunci : citra, *behaviour*, *communications*, *symbolism*

HALAMAN PERSEMBAHAN



Special just for my lovely Mom and Dad, thankyou..

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan saya ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus, dengan berkat semangat dan kesehatan yang Dia berikan, penulis yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta ini telah dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Citra Boshe VVIP CLUB di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta”. Skripsi ini merupakan syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama dalam proses menyelesaikan skripsi ini penulis memperoleh banyak dukungan dan bantuan dari beberapa pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberkati saya dalam memulai, mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Berkat kesehatan, materi, semangat bahkan memberikan kesempatan saya bertemu dengan orang-orang yang luar biasa sehingga bisa membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih karena terus menyempurnakan usaha yang telah saya lakukan selama ini, terima kasih atas kuasaMu yang bekerja luar biasa ditengah keterbatasanku Tuhan.
2. Dosen tercinta, ibu Dr. G. Arum Yudarwati yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk terus membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, pengetahuan, kesabaran dan semangat yang diberikan selama saya dalam proses menyelesaikan skripsi saya. Terima kasih untuk proses skripsi yang sangat menyenangkan, kesempatan menjadi mahasiswa yang ibu bimbing ini merupakan salah satu berkat terbaik yang Tuhan Yesus berikan kepada saya.
3. Untuk mama papa saya tercinta yang tidak pernah menuntut saya untuk segera menyelesaikan skripsi saya. Terima kasih atas kepercayaan yang diberikan kepada saya untuk menyelesaikan tanggungjawab ini dengan cara saya sendiri. Terima kasih untuk semangat dan bantuan materi yang diberikan sehingga membuat saya semakin maksimal dalam menyelesaikan skripsi saya.

4. Untuk sahabat saya Anna, yang dengan setia meluangkan waktunya untuk selalu menemani saya ketika bimbingan, membelah kota Yogya untuk mencari buku yang saya butuhkan bahkan meluangkan waktu untuk menemani mengerjakan skripsi. Terima kasih untuk waktu, semangat dan semua hal terbaik yang diberikan sehingga bisa memaksimalkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Untuk Linda dan Lemot, terima kasih untuk partisipasi kalian dalam prosesku menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk ndut, gendis, gina, anna, linda terima kasih karena sudah menemani saat-saat mendebarkan diuji dosen
7. Untuk pihak Boshe VVIP CLUB yang telah membantu saya dalam memberikan data yang saya perlukan dalam skripsi saya.

Yogyakarta, 8 April 2014

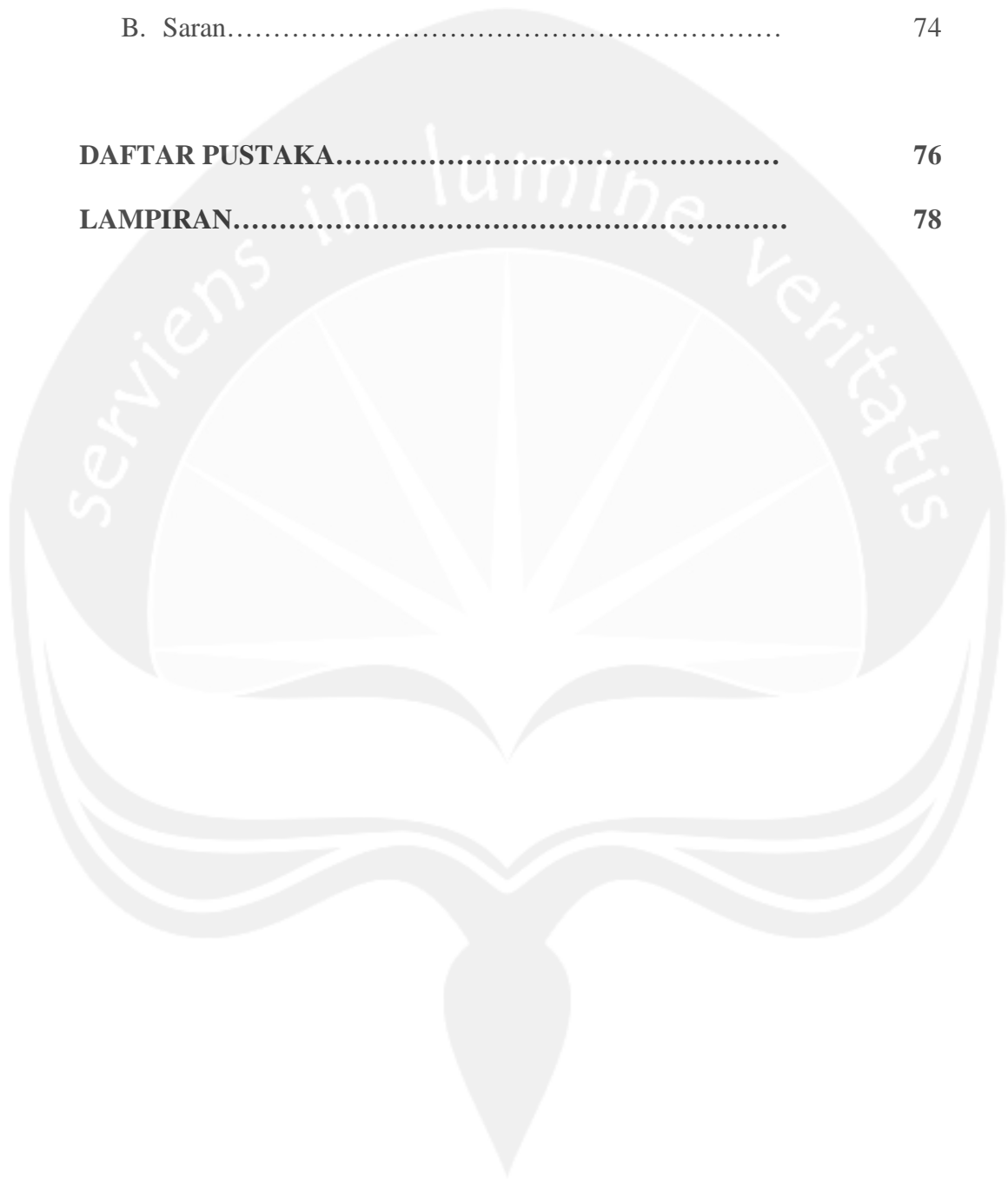
Novera Astya Devi

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.	ii
halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Peneltian.....	10
D. Manfaat Peneltian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. <i>Public Relations</i>	11
2. Citra.....	17
3. Konsumen.....	25
F. Kerangka Konsep.....	29
G. Definisi Operasional.....	33

H. Metodologi Penelitian.....	35
1. Jenis dan Tipe Penelitian.....	35
2. Metode Penelitian.....	36
3. Lokasi Penelitian.....	37
4. Populasi dan Sampel.....	37
5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
7. Teknik Analisis Data.....	45
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	47
A. Profil dan Sejarah Perusahaan.....	47
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
C. Segmen dan Target Pasar Perusahaan.....	48
D. Lokasi Perusahaan.....	48
E. Aspek Citra Menurut Perusahaan.....	48
F. Lambang Perusahaan.....	50
BAB III PEMBAHASAN.....	52
A. Temuan	53
1. Deskripsi Responden.....	53
a) Citra Boshe VVIP CLUB.....	53
b) Uji Beda	63
B. Analisis Data.....	64

BAB IV PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
 DAFTAR PUSTAKA.....	 76
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Uji Validitas <i>Behaviour</i>	42
Tabel 1.2	Hasil Uji Validitas <i>Communications</i>	42
Tabel 1.3	Hasil Uji Validitas <i>Symbolism</i>	43
Tabel 1.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	45
Tabel 3.1	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memberikan Pelayanan..	54
Tabel 3.2	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memberikan Respon Terhadap Masyarakat Sekitar	54
Tabel 3.3	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Melakukan Kegiatan Sosial Bagi Masyarakat.....	55
Tabel 3.4	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Menghadapi Masalah Yang Menimpa Perusahaan.....	55
Tabel 3.5	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Menanggapi Keluhan Konsumen.....	56
Tabel 3.6	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Upaya Menyampaikan Sebuah Informasi Kepada Masyarakat.....	56

Tabel 3.7	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Menjaln Sebuah Proses Komunikasi Yang Berkualitas Dengan Konsumen.....	57
Tabel 3.8	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memaksimalkan Proses Komunikasi Verbal Dan Visual Dengan Pihak Eksternal...	57
Tabel 3.9	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memaksimalkan Media Promosi Yang Dimiliki Perusahaan.....	58
Tabel 3.10	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Menggunakan Peralatan Canggih Dalam Memaksimalkan Proses Pelayanan.....	58
Tabel 3.11	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Mengkomunikasikan Makna Logo Perusahaan Kepada Masyarakat.....	59
Tabel 3.12	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Mengkomunikasikan Makna Seragam Sebagai Identitas Perusahaan.....	59

Tabel 3.13	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Mengkomunikasikan Bahwa Bangunan Perusahaan Aman Dan Nyaman Untuk Digunakan.....	60
Tabel 3.14	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Mengkomunikasikan Bahwa Produk Perusahaan Aman Untuk Dikonsumsi.....	60
Tabel 3.15	Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memaksimalkan Penggunaan Media Promosi Yang Dimiliki Perusahaan.....	61
Tabel 3.16	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 3.17	Uji Beda Citra Antara Responden Laki-Laki Dan Perempuan.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Contoh Kuisisioner
- Lampiran 2 Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 3 One Sample T-Test
- Lampiran 4 Independent Sample T-Test
- Lampiran 5 Distribusi Frekuensi
- Lampiran 6 Tabel Frekuensi

